

# BAB VI

## KESIMPULAN & SARAN

### 6.1 Kesimpulan

Setelah pengolahan data dan analisis yang dilakukan, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Berikut merupakan kesimpulan dari penelitian ini antara lain:

1. Faktor-faktor yang dipentingkan oleh konsumen CV KM Konveksi antara lain:
  1. Kerapihan jahitan
  2. Kekuatan kain
  3. Kekuatan jahitan
  4. Kesejukan bahan saat dikenakan
  5. Kesesuaian hasil produk dengan sampel
  6. Kesesuaian hasil bordir dengan desain pada saat pemesanan
  7. Kesesuaian hasil sablon dengan desain pada saat pemesanan
  8. Kesesuaian hasil produk dengan desain pada saat pemesanan
  9. Kejelasan daftar harga macam-macam produk yang ditawarkan
  10. Harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan konveksi lain
  11. Adanya potongan harga untuk pembelian dalam jumlah tertentu
  12. Adanya potongan harga untuk *event-event* tertentu
  13. Besarnya penurunan harga final dibandingkan dengan penawaran pertama
  14. Kesesuaian harga dengan produk yang ditawarkan
  15. Promosi melalui media cetak (koran)
  16. Promosi melalui media elektronik (radio)
  17. Lokasinya dilalui oleh kendaraan umum
  18. Tempat parkir yang luas
  19. Keamanan area parkir
  20. Kebersihan toilet
  21. Kebersihan tempat menerima tamu
  22. Keramahan karyawan
  23. Pengetahuan karyawan mengenai jenis produk yang ditawarkan
  24. Kecepatan desainer dalam mengubah desain yang diinginkan
  25. Karyawan cepat tanggap dalam melayani permintaan konsumen

26. Karyawan cepat tanggap dalam mengatasi permasalahan yang terjadi
  27. Keterbukaan pihak konveksi untuk menerima saran dan kritik
  28. Kecepatan dalam administrasi pemesanan
  29. Kecepatan dalam proses pembayaran
  30. Ketepatan waktu dalam menyelesaikan pesanan
  31. Banyak alternatif pembayaran (kartu kredit, debit, dll)
  32. Tersedianya fasilitas cicilan dalam pembayaran
2. Faktor-faktor yang dianggap puas oleh pelanggan CV KM Konveksi:
1. Kerapihan jahitan
  2. Kekuatan kain
  3. Kekuatan jahitan
  5. Kesesuaian hasil produk dengan sampel
  11. Adanya potongan harga untuk pembelian dalam jumlah tertentu
  12. Adanya potongan harga untuk *event-event* tertentu
  13. Besarnya penurunan harga final dibandingkan dengan penawaran pertama
  14. Kesesuaian harga dengan produk yang ditawarkan
  15. Promosi melalui media cetak (koran)
  16. Promosi melalui media elektronik (radio)
  18. Tempat parkir yang luas
  19. Keamanan area parkir
  20. Kebersihan toilet
  21. Kebersihan tempat menerima tamu
  23. Pengetahuan karyawan mengenai jenis produk yang ditawarkan
  25. Karyawan cepat tanggap dalam melayani permintaan konsumen
  26. Karyawan cepat tanggap dalam mengatasi permasalahan yang terjadi
  27. Keterbukaan pihak konveksi untuk menerima saran dan kritik
  30. Ketepatan waktu dalam menyelesaikan pesanan
  31. Banyak alternatif pembayaran (kartu kredit, debit, dll)
  32. Tersedianya fasilitas cicilan dalam pembayaran

Faktor-faktor yang dianggap tidak puas oleh pelanggan CV KM Konveksi:

4. Kesejukan bahan saat digunakan
  6. Kesesuaian hasil bordir dengan desain pada saat pemesanan
  7. Kesesuaian hasil sablon dengan desain pada saat pemesanan
  8. Kesesuaian hasil produk dengan desain pada saat pemesanan
  9. Kejelasan daftar harga macam-macam produk yang ditawarkan
  10. Harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan konveksi lain
  17. Lokasinya dilalui oleh kendaraan umum
  22. Keramahan karyawan
  24. Kecepatan desainer dalam mengubah desain yang diinginkan
  28. Kecepatan dalam administrasi pemesanan
  29. Kecepatan dalam proses pembayaran
3. Peringkat CV KM Konveksi dibandingkan dengan pesaingnya dilihat dari posisi tertinggal, bersaing, dan unggul:
- ✚ Variabel tertinggal CV KM Konveksi
    1. Banyak alternatif pembayaran (kartu kredit, debit, dll)
    3. Tersedianya fasilitas cicilan dalam pembayaran
    4. Kekuatan jahitan
    8. Kesejukan bahan saat dikenakan
    9. Kesesuaian hasil produk dengan desain pada saat pemesanan
    11. Kejelasan daftar harga macam-macam produk yang ditawarkan
    13. Adanya potongan harga untuk pembelian dalam jumlah tertentu
    14. Besarnya penurunan harga final dibandingkan dengan penawaran pertama
    15. Kesesuaian harga dengan produk yang ditawarkan
    19. Promosi melalui media cetak (koran)
    21. Keamanan area parkir
    22. Kebersihan tempat menerima tamu
    26. Keramahan karyawan
    28. Karyawan cepat tanggap dalam mengatasi permasalahan yang terjadi
    29. Kecepatan dalam administrasi pemesanan
    31. Kecepatan dalam proses pembayaran
    32. Kerapihan jahitan

- ✚ Variabel Bersaing CV KM KONveksi
  2. Kekuatan kain
  17. Lokasinya dilalui oleh kendaraan umum
  25. Karyawan cepat tanggap dalam melayani permintaan konsumen
  30. Ketepatan waktu dalam menyelesaikan pesanan
  
- ✚ Variabel unggul CV KM Konveksi
  5. Kesesuaian hasil produk dengan sampel
  6. Kesesuaian hasil bordir dengan desain pada saat pemesanan
  7. Kesesuaian hasil sablon dengan desain pada saat pemesanan
  10. Harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan konveksi lain
  12. Adanya potongan harga untuk *event-event* tertentu
  16. Promosi melalui media elektronik (radio)
  18. Tempat parkir yang luas
  20. Kebersihan toilet
  23. Pengetahuan karyawan mengenai jenis produk yang ditawarkan
  24. Kecepatan desainer dalam mengubah desain yang diinginkan
  27. Keterbukaan pihak konveksi untuk menerima saran dan kritik
  
- 4. *Segmentation, Targeting, dan Positioning* dari CV KM Konveksi berdasarkan penyebaran kuesioner penelitian bagian 1 antara lain:
  - ☞ *Segmentation*
    - ✚ Status : Ketua Panitia dan Staff Pembelian
    - ✚ Budget : < Rp 40.000/kaos, Rp 40.500-Rp 55.000/kaos, dan Rp 55.500-Rp 70.000/kaos
    - ✚ Daerah Organisasi Berada : Bandung Utara, Bandung Selatan, Bandung Timur, Bandung Barat, dan Bandung Tengah.
    - ✚ Faktor Utama Dalam Memilih Konveksi : Lokasi, Kualitas, dan Harga.
    - ✚ Mengetahui CV KM Konveksi dari : Teman, media cetak, dan kebetulan lewat

☞ *Targeting*

- ☞ Dari hasil pengolahan segmentasi pasar diatas, maka CV KM Konveksi menentukan target pasar yang dituju yaitu konsumen yang *bertempat tinggal* di daerah Bandung Timur. *Status* konsumen di organisasi kebanyakan adalah ketua panitia. Mereka menganggarkan *budget* per kaos di bawah Rp 55.000/kaos. Para konsumen yang ingin membuat kaos memilih *kualitas* sebagai kriteria utama dalam memilih sebuah konveksi.

☞ *Positioning*

- ☞ CV KM Konveksi menetapkan posisinya dengan Slogan “*Harga Irit, Kualitas Wahid*”. Dengan arti bahwa CV KM Konveksi mengutamakan kepuasan konsumen dengan memberikan harga yang murah dan produk yang berkualitas kepada setiap konsumen yang datang.

5. Usulan untuk strategi pemasaran CV KM Konveksi agar dapat memenangkan persaingan.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh CV KM Konveksi agar dapat memenangkan persaingan yaitu melakukan promosi dengan membagikan diskon kepada konsumen untuk pembelian dalam jumlah tertentu dan dengan cara periklanan di media informasi elektronik baik melalui internet atau radio serta media cetak seperti koran. Dengan lebih mengembangkan atribut – atribut seperti kebersihan tempat menerima tamu, menyediakan CCTV di area parkir, dan memberikan banyak alternatif pembayaran seperti penggunaan debit maupun kredit dimana semua atribut tersebut dimaksimalkan untuk memberikan kepuasan konsumen dalam membuat kaos di CV KM Konveksi.

- ☞ Usulan-usulan yang diberikan agar CV KM Konveksi dapat meningkatkan omzet penjualan

Tabel 6.1  
Usulan Perbaikan

Bauran Pemasaran Berdasarkan 7P	No.Varia bel	Usulan

<i>Product</i>	8	Membuat semacam buku yang berisi <i>check-list</i> tentang kaos yang tidak sesuai dengan pesanan. Ketika kaos sudah selesai dikerjakan, buku ini langsung diisi oleh pegawai. Dari catatan ini nantinya bisa diketahui ada berapa produk yang sesuai dengan pesanan dan yang tidak.
	1	Memberi pelatihan lagi kepada tukang jahit yang masih kurang bagus hasil jahitannya atau di bagian pemeriksaan akhir sebelum pengiriman agar lebih teliti dalam melihat cacat produk.
	3	Mengadakan pelatihan kembali kepada tukang jahit ataupun dengan mengingatkan mereka ketika mereka sedang bekerja. Dansering-sering mengecek mesin jahitnya. Siapa tahu jarum di mesinnya yang memang sudah tidak baik lagi.
<i>Price</i>	9	Membuat suatu daftar harga kaos yang lengkap sehingga mempermudah konsumen dalam memilih pesanan.
	13	Memberikan penurunan harga yang lebih besar lagi dibandingkan pesaing tetapi tetap memperhatikan faktor-faktor lain, seperti tetap untung meskipun ada penurunan harga final.
	14	Memperhatikan sebaik mungkin jenis kain apakah sudah sesuai dengan harga yang disepakati dengan konsumen. Selain itu, pemilik bisa menerapkan suatu standarisasi antara harga yang disepakati dengan jenis kain yang akan dipakai.
<i>Promotion</i>	15	Lebih sering lagi memasang iklan di media cetak seperti koran supaya konsumen lebih banyak lagi yang bisa dijangkau.
<i>Place</i>	19	Memasang CCTV di depan pintu masuk agar kendaraan yang diparkir dapat terpantau dengan baik.
	17	Menjemput pelanggan di tempat di mana mereka akan turun. Hal ini selain memberikan rasa nyaman bagi konsumen, pemilik juga dapat sambil menjelaskan tentang kaos yang hendak dipesan ketika mereka dalam perjalanan ke tempat CV berada.
<i>People</i>	22	Membuat nomor pengaduan apabila ada konsumen yang merasa dirugikan apabila ada pegawai yang tidak ramah.
	26	Memberikan lagi pelatihan kepada pegawai untuk menguasai permasalahan di bidang konveksi sehingga dapat mengatasi permasalahan.
	25	Menempatkan pegawai yang khusus bekerja di bagian ini sehingga mereka bisa fokus dengan pekerjaannya. Karena terkadang yang terjadi adalah rangkap tugas sehingga pegawai menjadi tidak fokus dengan pekerjaannya sendiri.
<i>Process</i>	29	Menempatkan pegawai yang cepat dan cekatan dalam menghitung uang untuk memperbaiki hal ini.
	32	Memberikan kemudahan cicilan kepada konsumen siapa saja yang hendak memesan
	28	Memberikan pelatihan kepada pegawai tentang hal ini dan tidak selalu menukar-nukar pegawai supaya pegawai terbiasa dengan tugasnya.
<i>Physical Evidence</i>	21	Membuat jadwal tugas kepada pegawai untuk bergantian membersihkan tempat menerima tamu.

## 6.2 Saran

☞ Saran yang diberikan kepada CV KM Konveksi adalah gencar melakukan pemasaran dengan menggunakan website karena kebanyakan orang sekarang mencari informasi lewat internet. Selain itu CV KM Konveksi mungkin bisa membuka cabang di tempat lain sehingga lebih mudah dijangkau oleh masyarakat.

☞ Saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya yaitu:

1. Sebaiknya dilakukan penelitian lanjutan mengenai kepuasan pekerja terhadap CV KM Konveksi.
2. Sebaiknya dilakukan penelitian lanjutan mengenai kualitas pelayanan pada CV KM Konveksi dengan menggunakan metode *Servqual*.